

Nomor Daftar FPIPS : 4037/UN40.F2.10/PT/2023

**ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK VEGAN DI
RESTORAN KEHIDUPAN TIDAK PERNAH BERAKHIR**

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata



Disusun Oleh
Monica Dwi Wahyuni
NIM 1904785

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2023**

© Monica Dwi Wahyuni
Universitas Pendidikan Indonesia
2023

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi, dan cara lainnya tanpa seizin penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK VEGAN DI KOTA
BANDUNG**

(Studi Kasus Restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II



Agus Sudono, S.E., M.M
NIP 198205062008121002



Dina Pratami Putri, S.Pd., M.Si
NIP 920200419919015201

**Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering**



Dr. Dewi Targarini, S.S., M.M.Par
NIP 19700320200812200

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan skripsi ini berkat dukungan dan semangat dari berbagai pihak juga keterlibatan beberapa pihak sehingga selama penelitian berjalan dengan lancar sehingga menghasilkan skripsi ini yang selesai tepat waktu. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada beberapa pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, kepada :

1. Allah SWT, yang telah senantiasa memberikan berbagai nikmat terutama nikmat sehat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Agus Sudono, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing satu yang senantiasa membimbing dengan sabar, berkenan meluangkan waktunya untuk membimbing, membagikan ilmunya juga memberikan arahan pada peneliti.
3. Dias Pratami Putri, S.Pd., M.Si, selaku dosen pembimbing dua yang selalu berkenan meluangkan waktunya, membimbing dengan sabar juga membagikan ilmunya dan memberi masukan-masukan pada penelitian ini.
4. Seluruh dosen dan staff program studi Manajemen Industri Katering yang selama ini memberikan ilmu dan menyampaikannya dengan baik juga selalu menuntun mahasiswa untuk selalu belajar dan menuntun kewajiban.
5. Andreas, selaku manajer restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir yang sudah mengizinkan peneliti untuk mengambil data dan mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai restoran tersebut.
6. Seluruh keluarga besar, yang selalu mendukung dan mendo'akan sehingga peneliti selalu diberikan kelancaran.
7. Semua anggota dalam grup chat Calon S.Par, yang saling mendukung, bertukar informasi, juga selalu mengingatkan.
8. Semua pihak yang terlibat dan membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Bandung, Juli 2023

Monica Dwi Wahyuni
NIM 1904785

ABSTRAK

Monica Dwi Wahyuni, Analisis Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Vegan di Restoran Tidak Pernah Berakhir. Dibimbing oleh Agus Sudono, S.E., M.M dan Dias Pratami Putri, S.Pd., M.Si.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui kualitas produk, kepercayaan konsumen dan minat beli ulang yang terjadi di restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir menurut konsumen, selain itu juga mengetahui pengaruh yang terjadi antara variabel-variabel tersebut secara simultan dan parsial terhadap minat beli ulang. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif yang digunakan untuk menganalisis data sehingga dapat memberikan gambaran objektif. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik *sampling insidental* dengan jumlah responden sebanyak 115 responden. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu kualitas produk yang berpengaruh terhadap minat beli ulang dan kepercayaan konsumen tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang, sedangkan kualitas produk dan kepercayaan konsumen berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang. Dari hasil yang didapatkan dapat menjadi pertimbangan untuk pihak restoran maupun peneliti selanjutnya.

Kata Kunci : Kualitas produk, kepercayaan konsumen, minat beli ulang, vegan

ABSTRACT

Monica Dwi Wahyuni, Analysis of Product Quality and Consumer Trust on Repurchase Interest in Vegan Products in Kehidupan Tidak Pernah Berakhir Restaurant. Mentored by Agus Sudono, S.E., M.M and Dias Pratami Putri, S.Pd., M.Si.

This study aims to determine product quality, consumer trust and repurchase interest that occurs in the restaurant Kehidupan Tidak Pernah Berakhir according to consumers, as well as to determine the influence that occurs between these variables simultaneously and partially on repurchase interest. The method used in this research is descriptive quantitative which is used to analyze data so that it can provide an objective picture. The sampling technique used incidental sampling technique with a total of 115 respondents. The results obtained from this study are product quality which affects repurchase interest and consumer confidence has no effect on repurchase interest, while product quality and consumer confidence simultaneously affect repurchase interest. From the results obtained, it can be a consideration for the restaurant and further researchers.

Keywords : *Product quality, consumer trust, repurchase intention, vegan*

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Monica Dwi Wahyuni

NIM : 1904785

Jurusan : Manajemen Industri Katering

Fakultas : Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang pada Produk Vegan di Kota Bandung (Studi Kasus Restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir)

Menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini adalah benar-benar hasil karya sendiri bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran etika keilmuan dalam skripsi ini yang tidak sesuai, saya siap menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Bandung, Juli 2023

Monica Dwi Wahyuni
NIM 1904785

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Sisitematika Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Pengertian Pariwisata	9
2.1.1 Sarana Pariwisata	9
2.1.2 Industri-Industri dalam Kepariwisataaan.....	9
2.2 Restoran	10
2.3 Menu	11
2.4 Vegan dan Vegetarian	12
2.5 Kualitas Produk.....	13
2.5.1 Dasar Kualitas Produk	14
2.5.2 Perspektif Kualitas Produk	14
2.5.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kualitas Produk.....	15
2.5.4 Dimensi Kualitas Produk.....	16
2.5.5 Indikator Kualitas Produk.....	17
2.6 Kepercayaan konsumen	18
2.6.1 Jenis-Jenis Kepercayaan Konsumen.....	19
2.6.2 Dimensi Kepercayaan Konsumen	20
2.6.1 Indikator Kepercayaan Konsumen	21
2.7 Minat Beli	21
2.7.1 Minat Beli Ulang	22
2.7.2 Karakteristik Minat Beli Ulang	23
2.7.3 Indikator Minat Beli Ulang.....	23
2.8 Penelitian Terdahulu	23
2.9 Hipotesis Penelitian.....	28
2.10 Kerangka Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian.....	30
3.1.1 Metode Penelitian	30
3.3.2 Operasional Variabel	31
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel	33
3.3 Instrumen Penelitian.....	35
3.3.1 Jenis Sumber Data	35
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	35
3.3.3 Skala Pengukuran	35

Monica Dwi Wahyuni, 2023

*ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA PRODUK VEGAN DI RESTORAN KEHIDUPAN TIDAK PERNAH BERAKHIR*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.3.4 Uji Validitas.....	36
3.3.5 Uji Reabilitas	38
3.4 Prosedur Penelitian.....	39
3.5 Analisis Data	40
3.5.1 Analisis Deskriptif	41
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	41
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	45
4.1.1 Visi, Misi, dan Tag Line Restoran.....	47
4.1.2 Struktur Organisasi Restoran.....	49
4.2 Karakteristik Responden	50
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	52
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	54
4.3 Kualitas Produk di Restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir	54
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Performance (Kinerja).....	55
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Reliabilitas (Keandalan).....	56
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Feature (Fitur)	57
4.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Durability (Daya tahan)	57
4.3.5 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Konsisten Produk.....	58
4.3.6 Tanggapan Responden Mengenai Desain.....	59
4.3.7 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk.....	60
4.4 Kepercayaan Konsumen di Restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir	62
4.4.1 Tanggapan Responden Mengenai Niat Baik (benevolence).....	63
4.4.2 Tanggapan Responden Mengenai Integritas.....	63
4.4.3 Tanggapan Responden Mengenai Kompetensi	64
4.4.4 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepercayaan Konsumen	65
4.5 Minat Beli Ulang di Restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir	67
4.5.1 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keinginan Konsumen untuk Membeli Ulang	67
4.5.2 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keterpaksaan Konsumen untuk Membeli Ulang	68
4.5.3 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Preferensi Konsumen untuk Beli Ulang.....	69
4.5.4 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden mengenai Variabel Minat Beli Ulang	72
4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	72
4.6.1 Hasil Uji Normalitas	71
4.6.2 Hasil Uji Linearitas.....	74
4.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	75
4.6.4 Hasil Uji Multikolinearitas	76
4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	77

4.7.1 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	78
4.7.2 Hasil Uji Analisis Korelasi	79
4.8 Hasil Pengujian Hipotesis	80
4.8.1 Hasil Uji F	80
4.8.2 Hasil Uji T	80
4.9 Pembahasan.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Restoran vegan di Kota Bandung.....	2
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Operasional variabel	31
Tabel 3.2 Interpretasi jawaban skala likert	36
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X1	36
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel X2	37
Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Y	37
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel X1.....	38
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Variabel X2.....	38
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	39
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai Performance (Kinerja)	55
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Reliabilitas (Keandalan)	56
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Feature (Fitur).....	57
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Durability (Daya tahan).....	57
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Konsisten Produk	58
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Desain	59
Tabel 4.7 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk	60
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Niat Baik (benevolence)	63
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Integritas	63
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Kompetensi.....	64
Tabel 4.11 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepercayaan Konsumen.....	65
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keinginan Konsumen untuk Membeli Ulang.....	67
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Keterpaksaan Konsumen untuk Membeli Ulang	68
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Preferensi Konsumen untuk Beli Ulang	69
Tabel 4.15 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden mengenai Variabel Minat Beli Ulang	70
Tabel 4.16 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	73
Tabel 4.17 Hasil Uji Linearitas	74
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	77
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	78
Tabel 4.22 Hasil Uji Korelasi.....	79
Tabel 4.23 Hasil Uji F (simultan)	80
Tabel 4.24 Hasil Uji T.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan Digoogole Tentang Restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	29
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	39
Gambar 4.1 Bagian Depan Restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir	45
Gambar 4.2 Menu yang Terdapat di Restoran Kehidupan tidak Pernah Berakhir.....	46
Gambar 4.3 Sate Vegan yang Tersedia di Restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir.....	46
Gambar 4.4 Visi Misi Restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir.....	48
Gambar 4.5 Tag Line di Pintu Keluar	48
Gambar 4.6 Tag Line yang Terdapat Dibagian Depan Restoran	49
Gambar 4.7 Struktur organisasi Kehidupan Tidak Pernah Berakhir.....	49
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Gambar 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	52
Gambar 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Gambar 4.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Gambar 4.13 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	54
Gambar 4.14 Garis Kontinum Kualitas Produk di Restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir	62
Gambar 4.15 Garis Kontinum Kepercayaan Konsumen di restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir.....	67
Gambar 4.16 Garis Kontinum Minat Beli Ulang di restoran Kehidupan Tidak Pernah Berakhir	72
Gambar 4.17 P-Plot Regression Standardized Residual	74

DAFTAR PUSTAKA

- Agusbushro, Raden dkk. (2015). Analisis Kebutuhan Prasarana Dan Sarana Pariwisata Di Kawasan Taman Nasional Bunaken Kecamatan Bunaken Kepulauan Kota Manado. *ejournal unsrat*, 2(2).
- Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing. Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Ariska,Novi.dan Tri Indra Wijaksana. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Manajemen* 4(3),Desember 2017.
- Assauri, S., 2015. Manajemen Pemasaran, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2017). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang.
- Bungin, Burhan. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya. Jakarta: Kencana Prenada.
- Chuk, Peter et al. (2019). Comparing community clients of different dietary pattern on their health indicators at a vegetarian festival in Hong Kong. *Clinical Health Promotion*, 9 (2).
- Dzaki, Ahmad Luqman dan Dinda Amanda Zuliestiana. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Situs E-Commerce Jd.Id. *Jurnal E-Proceeding Mnagement*, Vol 9 (2).
- Ferrinadewi. 2005. Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi*, Vol.17, No.1.
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goetzke, Beate Irene & Spiller, Acim. (2104). Health-improving lifestyles of organic and functional food consumers. *Emerald Insight*, 116 (3).
- Gorvett, Zaria. (2020). Mengapa Lebih Banyak Perempuan Menjadi Vegan. Diakses pada 8 Juni 2023, pada <https://www.bbc.com/indonesia/vert-fut-51633226>

- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152-165. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i1.763>
- Handayani, Ririn. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta:trussmedia Grafika.
- Hidayat, R., & Resticha, D. (2019). Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Labelisasi Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Kosmetik Wardah. *Journal of Business Administration*, 3(1), 40–52. <https://doi.org/10.30871/jaba.v3i1.1282>
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. Surat Keputusan Menparpostel No. KM/37/PW/304/MPPT-86
- Kotler dan Amstrong, G 2012. *Principles Of Marketing*. 14th Edition Pearson International Edition. Prentice Hall. New Jersey
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1
- Krestanto, Herry. (2019). Strategi Dan Usaha Reservasi Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Di Grand Orchid Hotel Yogyakarta. *Media Wisata* 17 (1).
- Latifah, L., & Damayanti, M. (2015). *Pariwisata Kreatif Berbasis Industri Batik Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Lokal Kota Pekalongan* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Lutfi, Andi M dkk. (2023). Pengaruh Citra Merek, Identitas Merek, Preferensi Merk dan Kepercayaan Konsumen, Terhadap Minat Beli Ulang pada Merek Toyota di Batam. *Jurnal Cafeteria*, 4(1), 165-174.
- Maharani, Astri Dhiah. 2010. *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Malhotra, Naresh K. (2006). *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan* Jilid 2. Jakarta
- Marsum, Wijoyo Atmojo. (2000). *Restoran dan segala permasalahannya*. Yogyakarta : Andi.

- McKnight, D. Harrison, et al. 2002. Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research Journal*.
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nugroho Setiadi, J. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Predana Media.
- Nurlan, Fausiah. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Parepare:CV. Pilar Nusantara.
- Peburiyanti, D. & Sabran, S.(2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 20(1), 29–39.
- Pramudita Yoana Arina dan Japarianto Edwin. (2013). Analisis Pengaruh Customer Value terhadap Customer Satisfaction di De Kasteel Resto Surabaya. *Jurnal Pemasaran Petra Vol 1, No. 1, (2013) 1-7*
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rahayu, Eva Martha. (2022). Masyarakat Indonesia Mulai Melirik Makanan Plant Based. Diakses pada 2 Maret 2023, pada <https://swa.co.id/swa/trends/masyarakat-indonesia-mulai-melirik-makanan-plant-based>
- Riyono, & Budiharja. (2016). Pengaruh Kualitas , Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal STIE Semarang*, Vol 8, NO. 2, Edisi Juni 2016.
- Rosiana, Ita dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan dan Promosi terhadap Minat Beli Mahasiswa pada Belanja Online Shopee. *Jurnal Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Vol 6, No. 1, (2021) 684-691*.
- Rusyidi, Binahayati. & Fedryansah, Muhammad. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Pekerja Sosial*, 1 (3).
- Santi, Ellysa Rahma & Supriyanto, Ahmad. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang

- (Studi Kasus pada Sate Taichan Banjar D'licious). *Jurnal Sains Manajemn dan Kewirausahaan*, 4(1), 47-56.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v2i1.2231>
- Schiffman, Leon dan Kanuk Leslie L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Silaen, Elsa & Bulan Prabawani. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-Wallet dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldoe-Wallet Ovo. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8 (4), 155-163. <https://doi.org/10.14710/jiab.2019.24834>
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Suarthana, Jimmy Harry Putu, dkk. (2020). Analisis Menu Serta Kaitannya Dengan Strategi Bauran Pemasaran Pada Loloan Restaurant Kuta-Bali. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel Akademi Komunitas Manajemen Perhotelan Indonesia*, 4 (1).
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi Edisi 1*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supraptini, Nunuk & Supriyadi, Andhi. (2020). *Pengaruh Fasilitas, Transportasi Dan Akomodasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dikabupaten Semarang*, 3 (2).
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran, Edisi ke 4*. Yogyakarta: PT. Andi offset.
- Utama, I Gusti Bagus Rei. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa*. (Sarwiji, Ed.) (Cetakan 1). Jakarta: indeks-penerbit.